

Нягледзячы на разбурэнні, нанесеныя фашысцкімі акупантамі беларускім СМІ (толькі БелТА страціла двухпавярховы будынак, дзве легкавыя аўтамашыны, фота- і радыёабсталяванне, тэлетайп, друкарскі станок-аўтамат, рэпрадукцыйную устаноўку, сем пішучых машынак «Ундэрвуд» і г. д. – усяго на суму 821 919 руб. 31 кап.), сетка перыядычных выданняў у канцы 1943 – пачатку 1944 г., пашыралася хуткімі тэмпамі. Яшчэ да пачатку аперацыі «Баграціён» аднавілі свой выхад каля 25 % мясцовых выданняў, якія выходзілі да вайны. Раённыя, абласныя і рэспубліканскія газеты і часопісы, БелТА паступова пераходзілі да тэматыкі мірнага жыцця, мабілізуючы насельніцтва рэспублікі на стваральную працу, адраджэнне роднай Беларусі.

Літаратура

1. Ветка зноў стала савецкай // Сталінская праўда. – 1943. – № 1. – 3 кастр.
2. Марцелев, С.В. Печать Советской Белоруссии (исторический очерк). – Минск: «Беларусь», 1967 – 512 с.

Дмитрий Дроздов

Белорусский государственный университет

ПРАКТИЧЕСКИЕ ТЕХНОЛОГИИ ЭФФЕКТИВНОЙ ПОДГОТОВКИ И ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МЕНЕДЖЕРОВ НАЦИОНАЛЬНЫХ СМИ В УСЛОВИЯХ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ

В современных условиях кризиса внешней среды для Республики Беларусь главным условием достижения инновационного прорыва во всех сферах общественной жизни является подготовка управленцев-профессионалов, которые обладают универсальным мышлением, знанием технологических достижений и постоянно совершенствующих свои навыки и умения. Особенно это актуально для средств массовой коммуникации, которые сами являются важнейшим социально-политическим институтом и при этом осуществляют информационное обеспечение инновационных процессов. Поэтому подготовка качественно нового человеческого капитала высшей квалификации должна стать приоритетной задачей при достижении цели полноценного кадрового обеспечения инновационного развития страны.

Национальная система образования постоянно совершенствуется в ответ на вызовы современной действительности, а об эффективности

этой эволюции свидетельствует хотя бы факт ее включения в Болонский процесс. Одним из проявлений адаптации высшей школы к потребностям оптимизации функционирования отечественных СМИ стало открытие в Институте журналистики БГУ направления специальности «Журналистика (менеджмент средств массовой информации)». Для студентов этого направления специальности читаются такие теоретико-практические курсы, как «Экономика и менеджмент СМИ», «Корпоративный менеджмент СМИ», «Технологии менеджмента СМИ», «Менеджмент веб-проектов» и другие, в которых на высоком научном уровне изучены и обобщены достижения иностранных и белорусских исследователей медиапространства, менеджеров СМИ различных уровней, зарубежный опыт подготовки управленцев для данной сферы. С другой стороны, для работы со студентами привлечены главный редактор Учреждения Администрации Президента Республики Беларусь «Редакция газеты «Советская Белоруссия», лауреат премии «За духовное возрождение» П.И. Якубович, член Постоянной комиссии Палаты представителей Национального Собрания Республики Беларусь по государственному строительству, местному самоуправлению и регламенту, бывший редактор газеты «Гродзенская праўда» Е.П. Береснева, главный директор телевизионного канала «Беларусь 3» В.В. Маючий и другие топ-менеджеры отечественных средств массовой коммуникации.

Такое оптимальное сочетание теории и практики при подготовке молодых специалистов для творческих и коммерческих отделов коллективов редакций отечественных СМИ дополняется постоянными тренингами журналистов со стажем на факультете повышения квалификации и переподготовки Института журналистики БГУ. Эта система позволяет на объективной научной основе сформулировать практические технологии эффективной подготовки и деятельности менеджеров национальных СМИ в условиях инновационного развития. Прежде всего следует определить специфику труда менеджера СМИ, которая заключается в том, что в его работа имеет индивидуально-коллективный характер, в ней сочетаются различные виды деятельности, прежде всего – управленческая, редакторская и публицистическая, он руководит производственно-творческими процессами для обеспечения своевременности и непрерывности производства. Административный менеджмент средств массовой информации включает в себя правовые, политические, экономические, организационные и психологические методы управления, использование которых в творческом коллективе также имеет свои особенности.

Технологии менеджмента структуры редакции в современных условиях предусматривают укрупнение медиакомпаний вплоть до образова-

ния холдингов, упразднение традиционных творческих и технических подразделений редакции, работа которых не востребована на рынке массовой информации, уменьшение количества уровней в редакционной структуре, создание новых технологических и маркетинговых отделов. Важным трендом является переход к автономности подразделений, когда их менеджменту передаются значительные властные полномочия, стратегическое планирование и контроль результатов деятельности, а главное – предоставляется финансовая самостоятельность.

Большое значение для оптимизации работы редакции современного СМИ имеют технологии информационного менеджмента, которые позволяют с наибольшей эффективностью использовать всю необходимую информацию, с помощью системы каналов выстраивать ее оптимальные потоки, организовывать производство массовой информации и наилучшим образом использовать информационные ресурсы. Создание и управление развитыми формальными и неформальными информационными системами приводит к таким положительным результатам в работе редакции, как постоянное увеличение доли ИТ в реализуемых технологиях, повышение ценности и оперативности информации, перевод всё большего количества производственных процессов в интернет, увеличение мобильности сотрудников.

Современные технологии менеджмента персонала как научная организация подбора, обучения, расстановки, оценки и стимулирования человеческих ресурсов, а также создание благоприятного климата в коллективе имеют чрезвычайно важное значение для медиакомпаний. Принципы управления персоналом позволяют системно подбирать кадры, сохранять преемственность редакционной политики, профессионально и в карьерном плане продвигать кадры в условиях открытого соревнования между ними, сочетать доверие к сотрудникам с проверкой исполнения поручений и т. п. В итоге проблемы власти, лидерства и управления конфликтами, выстраивания карьеры в редакции СМИ, мотивации деятельности и другие получают свое оптимальное разрешение. Особую актуальность для журналистики как сферы духовного производства приобретают технологии менеджмента талантов. Само понятие «управление талантами», впервые сформулированное Д. Уоткинсом в 1998 году, означает деятельность по вовлечению персонала в инновационный процесс, формирование творческих стимулов и развитие творческого потенциала сотрудников. Технологии управления талантами способствуют привлечению, развитию, продвижению и удержанию талантов, а последнее особенно актуально для печатных СМИ,

для которых характерно перетекание наиболее способных творческих работников в интернет-журналистику. Профессиональный менеджмент талантов приводит к повышению эффективности медиабизнеса, повышению конкурентоспособности редакции, ее информационных продуктов и услуг, внедрению инноваций и достижению высокой степени независимости от состояния внешней среды.

Создание медиаконтента до определенного времени считалось достаточно интимным субъективно-подсознательным процессом, который лишь в незначительной степени поддается научному анализу. Однако концепция креатогенного общества, появление технологий творческого и эвристического менеджмента, осмысление журналистики не как вида искусства, а в качестве «духовного ремесла» привело к выработке целого набора приемов, умений и навыков, которые позволяют гарантированно создавать качественные журналистские материалы, востребованные на информационном рынке и пользующиеся популярностью у аудитории. Спектр этих технологий достаточно широк: от мотивации журналиста до продвижения готовых материалов, и владение ими гарантирует на-полнение средства массовой информации востребованным контентом.

Технологии других видов менеджмента СМИ – инновационного, инвестиционного, кризисного и т. д. – имеют много общего со сферой материального производства, однако требуют внимательного изучения и применения в контексте специфики массовой информационной деятельности. В целом же комплексный научный подход к управлению национальной системой СМИ способен обеспечить их высокую конкурентоспособность на современном рынке массовой информации.

Літаратура

1. Бороздина, Г.В. Психология делового общения. Учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2006. – 224 с.
2. Вайнштейн, Л.А. Психология управления и основы лидерства: учеб. пособие. – Минск: ГИУСТ БГУ, 2008. – 279 с.
3. Ворошилов, В. В. Менеджмент СМИ. Конспект лекций. – СПб.: Изд-во Михайлова, 2000. – 48 с.
4. Глухов, В.В. Менеджмент: Учебник для вузов. 3-е изд. – СПб.: Питер, 2009. – 608 с.
5. Юрков, А. А. Экономика и менеджмент СМИ. Конспект лекций. – СПб., 2002. – 35с.